



## Études de communication

langages, information, médiations

23 | 2001

**Services aux publics : question de communication et de management**

---

# Introduction

Jacques Noyer et Olivier Chantraine

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/1133>

DOI : 10.4000/edc.1133

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université Lille-3

### Édition imprimée

Date de publication : 1 mars 2001

Pagination : 7-10

ISBN : 2-9514961-1-7

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Jacques Noyer et Olivier Chantraine, « Introduction », *Études de communication* [En ligne], 23 | 2001, mis en ligne le 10 janvier 2010, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/1133> ; DOI : 10.4000/edc.1133

---

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

---

# Introduction

Jacques Noyer et Olivier Chantraine

---

- 1 *Les mutations importantes qu'ont à affronter les organismes de services aux publics nécessitent, dans bien des cas, de repenser – voire parfois de commencer à penser – la place de la communication dans ces évolutions. L'adaptation à une demande et à des besoins de plus en plus spécifiques, ou en tout cas mesurés sinon construits comme tels, apparaît souvent comme un des leviers essentiels qui, au sein de ces organismes, convoque la notion de communication. Au risque parfois de la réduire à une stricte fonction instrumentale où communiquer semble systématiquement et restrictivement signifier élaborer des campagnes à visée promotionnelle pour faire connaître un produit, un service et se positionner dans un univers d'offres foisonnant. La genèse et l'élaboration de ce numéro d'Études de Communication procède d'une volonté de dépasser de telles limitations et d'appréhender la complexité des problèmes soulevés par la question de la communication dans les organismes de services aux publics et, en particulier, dans le service public sous ses différentes formes. Dans le prolongement de travaux menés au sein du DESS « Management de la Communication dans les organisations de services aux publics » (Université Charles-de-Gaulle – Lille 3), il s'est agi, pour les coordonnateurs de ce numéro, d'articuler un certain nombre de modes d'approche qui, issus majoritairement des Sciences de l'Information et de la Communication, questionnent sous différents angles les caractéristiques du processus communicationnel dans le domaine des services.*
- 2 *Envisager la nature de ces mutations et tenter de décrypter les logiques de ces stratégies d'innovation, tant à l'interne qu'à l'externe, a été une constante du projet d'étude guidant les différents auteurs de ce numéro. L'un des objectifs centraux a été, à partir d'exemples pris dans différents lieux de service, de permettre au lecteur de repérer quelques régularités à la fois des pratiques des acteurs, des cadres d'action dans lesquels ils interviennent et des types d'interrogation que soulève la réflexion sur la prestation de service. Que cette façon de faire oriente vers une mise en questions de la notion de « management » n'étonnera donc pas. Redéfinitions de types de compétence, évolution des modes de régulation entre acteurs et entre activités, formes de rationalisation organisationnelle induites par ou orientant vers de nouvelles formes servicielles : ces multiples axes d'observation sont autant de voies exploratoires permettant de mieux saisir ce*

qui est à l'œuvre dans la modernisation des services (aux) publics, ce qui s'opère au sein de tels « changements ».

- 3 Appréhender la logique d'insertion des Technologies de l'Information et de la Communication dans les organismes de service public, les raisons et les enjeux de leur développement et, parallèlement, déceler les limites de cette « technicisation » : tel est l'axe du travail que mène Bruno Raoul et qui, dans la contribution qu'il nous propose ici, consiste à se demander en quoi ces technologies participent du changement social et organisationnel de ces structures. Rationalisation des activités, innovations en matière de management et prise en compte de plus en plus individualisée des usagers apparaissent, dès lors, comme des tendances permettant d'interroger les formes d'usage de ces nouvelles technologies.
- 4 Dans une perspective voisine, Dominique Carré envisage les mutations profondes que connaît le secteur de la santé et propose un état des lieux de ce nouveau type de service que constituent, dans le domaine sanitaire, les téléservices. Ce parcours des différents types d'offres de service en ligne évoqué ici laisse entrevoir comment de nouveaux modes de relation de soin sont en émergence progressive. L'affleurement de ce nouveau paysage sanitaire s'organise, semble-t-il, autour de la notion directrice de « virage ambulatoire », référent métaphorique partagé par de nombreux acteurs de ce secteur trouvant dans ces nouveaux dispositifs technico-organisationnels des moyens d'intermédiation rendant visible une telle évolution. Toutefois, par delà les logiques propres de ces réorganisations et de ce qu'elles induisent en termes de pratiques de soin, l'auteur souligne les limites de tels dispositifs et les résistances qu'ils ne manquent pas d'engendrer.
- 5 Le même secteur de la santé est exploré par Olivier Chantraine au travers d'un objet spécifique : le carnet de santé, conçu en 1996 par le Ministère du Travail et des Affaires Sociales et le Secrétariat d'État à la Santé et à la Sécurité Sociale. Élaboré comme un outil de communication susceptible de contribuer à combler le « trou de la sécu » par la limitation du « nomadisme médical » des patients et le resserrement du dispositif de soin autour d'un « médecin-référent », ce carnet ne connut qu'un succès on ne peut plus limiter. A partir d'une approche socio-sémiotique, l'auteur se propose de montrer ce qu'un tel objet révèle des représentations et des relations des acteurs et s'interroge sur les potentialités d'un « outil de communication » de modifier des espaces de relations sociales.
- 6 Selon une démarche croisant des modes d'approche issus des Sciences Économiques, des Sciences de Gestion et des Sciences de l'Information et de la Communication, Thomas Lamarche propose une réflexion globale sur l'usage du marketing dans les services publics. Il montre notamment comment le processus croissant de mercatisation du service public participe d'une prophétie auto-réalisatrice appuyée sur le modèle dominant du marché et des méthodes managériales des grandes firmes marchandes. Un certain nombre de croyances fondatrices – concernant en particulier le consommateur de service public – provoque cette évolution qui n'est pas sans créer des effets de fracture entre des projets stratégiques définis en termes de marché à conquérir et une culture professionnelle appuyée sur les principes du service public. Ce sont quelques-unes des caractéristiques de cette « schizophrénie organisationnelle » qu'aborde cette étude.
- 7 La contribution de Stéfan Bratosin concerne le problème des déplacements urbains et, plus particulièrement, celui des transports collectifs et du débat public qui se construit à ce propos. La perspective européenne adoptée ici permet d'observer des récurrences notables dans le traitement de cette question régulièrement inscrite sur l'agenda des responsables locaux. La place de cette question parmi d'autres touchant à l'intérêt public, la construction d'un cadre de participation du public, l'attribution de certains types de statuts d'interlocuteur à l'utilisateur, l'élaboration de certains scénarios touchant à la mobilité apparaissent comme autant de logiques de « subordination » du débat à des cadres plus généraux que cette analyse se propose d'explorer.

- 8 *La question de l'usager et de ses multiples « figures » est l'objet du travail de Jacques Noyer qui, ici, envisage le service au public sous l'angle plus indirect de l'image qui en est médiatiquement donnée. A partir d'un épisode de perturbation du trafic-TGV en janvier 97, on tente de caractériser le rôle des médias et notamment de la télévision dans les phénomènes de mise en visibilité publique de la relation de service et des déficits qu'elle a à subir. Ceci amène à s'interroger sur la question de l'information en situation de perturbation, des représentations qui en sont publiquement construites et des conceptions de la modernisation du service public auxquelles cela renvoie.*
- 9 *Pour boucler ce parcours, il nous a semblé utile de faire état dans ce numéro des expériences touchant à différents aspects de la relation de service dans des organismes de service public du Nord-Pas de Calais. Ces expériences ont été présentées dans le cadre d'une table ronde du DESS « Management de la communication dans les organisations de service aux publics » et témoignent de la variété des acteurs et des types d'institutions impliqués dans le chantier de la modernisation des services.*
- 10 *Si le terrain des services constitue un domaine étudié depuis bien longtemps par de multiples champs disciplinaires, il n'a été que plus récemment abordé sous l'angle plus spécifique des pratiques de communication. Les évolutions fortes que connaît actuellement ce secteur renforcent sans doute l'intérêt qu'il y a à se pencher sur les enjeux des différentes formes de communication qui y ont cours. Dans le débat à la fois méthodologique et transdisciplinaire qui caractérise l'étude de ce domaine, ce numéro d'Études de Communication se voudrait un espace de questionnement complémentaire : qu'il puisse contribuer, à sa place, à ce débat est sans doute l'objectif central que les coordonnateurs de ce numéro se sont assigné et qu'ils espèrent au moins avoir partiellement atteint.*
- 

## AUTEURS

### JACQUES NOYER

**Jacques Noyer** est Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Charles-de-Gaulle – Lille 3. Il est membre de l'équipe « Espace public et médias » (GERICO – Lille 3). Ses recherches portent sur le rôle et la place des médias et de leurs discours dans la construction des problèmes publics. Il y privilégie l'approche en termes de processus de médiatisation envisagé comme logiques discursives autant que comme logiques d'acteurs.

### OLIVIER CHANTRAINE

**Olivier Chantraine** est Professeur en Sciences de l'Information et la Communication à l'Université Charles-de-Gaulle – Lille 3. Depuis 1999, il est directeur du GERICO-Lille 3 (Groupement des équipes de recherche interdisciplinaire en communication de l'Université Charles-de-Gaulle – Lille 3). Il y participe à l'équipe « communication organisationnelle ». Ses recherches ont porté sur la pédagogie de l'écriture, les pratiques d'écriture en contexte de travail, la communication publicitaire dans les espaces de la vie ordinaire et l'approche sociosémiotique des espaces publics.